

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar di Indonesia berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan PUSDATIN Kementerian Pariwisata yang diolah pada tahun 2017. sektor pariwisata merupakan sektor penyumbang devisa kedua setelah CPO yaitu sebesar 13.568 juta USD. Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Pariwisata saat ini sudah dapat dikatakan bagian penting dari suatu negara. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Dengan adanya sektor pariwisata di suatu negara maka akan menarik sektor lain untuk berkembang karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya.(Sari 2011)

Pariwisata di Indonesia memiliki berbagai macam jenis seperti wisata alam, wisata buatan, dan wisata minat khusus. Salah satu wisata minat khusus adalah wisata MICE. Wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya berpaduan leisure dan business, biasanya melibatkan sekelompok orang yang secara bersama-sama. Rangkaian kegiatannya dalam bentuk Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (Kesrul dalam widya 2015:81). Sedangkan menurut Oka (2000:13) bahwa MICE merupakan suatu rangkaian kegiatan, dimana para pengusaha atau professional berkumpul pada suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan atau kepentingan yang sama.

Industri MICE adalah industri yang berkembang saat ini, serta menjadi andalan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dan investor di Indonesia

dengan ditunjang infrastruktur yang memadai sarana dan prasarana serta akomodasi yang makin berkembang sehingga industri MICE dianggap sebagai industri masa kini yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis.(Comala:2016)

Berdasarkan ketetapan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (yang sekarang adalah Kementerian Pariwisata RI) melalui Direktorat Pengembangan Destinasi Pariwisata pada Desember 2012 terdapat 16 destinasi MICE di Indonesia, yaitu: Jakarta, Bali, Bandung, Surabaya, Solo, Yogyakarta, Makassar, Batam, Medan, Manado, Padang, Palembang, Balikpapan, Bintan, Semarang, dan Lombok.

Kota Palembang sebagai salah satu kota tujuan wisata MICE ke-11 di Indonesia, sering dijadikan sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan MICE baik bertaraf nasional maupun internasional. Kegiatan yang pernah dilakukan diantaranya Sea Games 2011, *Islamic Solidarity Games 2013*, *Musbaqah Tilawatil Quran (MTQ) International 2014* ASEAN University 2014, bahkan pada tahun 2018 Palembang kembali dipercayai untuk menjadi tuan rumah kegiatan ASEAN Games ke-18 bersama dengan Jakarta. Dipilihnya kota Palembang sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan yang bertaraf internasional tentu di dukung dengan adanya fasilitas sarana dan prasarana yang terus berkembang pesat hal ini dapat dilihat dari banyaknya gedung untuk penyelenggaraan MICE khususnya kegiatan konvensi.

Salah satu dari industri MICE yang pesat kemajuannya adalah wisata konvensi. Wisata konvensi (convention) merupakan bagian dari industri wisata MICE yang identik dengan pemberian pelayanan (services) perkembangan bisnis saat ini telah tumbuh dalam menggabungkan unsur kegiatan wisata dengan kegiatan bisnis asosiasi atau korporasi. Tujuannya memajukan manajemen asosiasi dan korporasi mengembangkan profesionalisme, meningkatkan kecanggihan pemasaran dan penjualan mengembangkan jasa pelayanan, dan mencari peluang bisnis baru. (Comala:2016)

Penyedia jasa konvensi di kota Palembang sangat banyak, salah satu penyedia jasa konvensi yang saat ini sedang meningkat pemakaiannya adalah Palembang sport and convention center (PSCC).

Palembang sport and convention center (PSCC) merupakan tempat atau venue terbaik di Palembang saat ini dengan daya tampung sekitar 5000 orang. PSCC juga dibuat untuk mengakomodasi beragam Event dengan standar nasional & internasional. Selain untuk event olahraga, PSCC juga dapat digunakan untuk event lain seperti Konser musik, Teater, Orkestra, Wisuda, Pameran atau acara pernikahan dan seluruh kegiatan yang memiliki massa. Saat ini, PSCC telah menjadi tempat terselenggaranya berbagai kegiatan seperti: Mandiri Fiesta, DBL, Asean Basketball League, Indonesia *Open Grand Prix Gold*-Bukit Asam, KONI Sumatera Selatan, Olimpiade Olahraga Siswa Nasional, *Istaf Super Series & Islamic Solidarity Games 2013*, serta banyak lagi *event-event* besar lainnya.

Banyaknya kegiatan (event) yang dilakukan di *Palembang Sport and Convention Center* sukses mendatangkan banyak pengunjung yang menikmati maupun berkunjung di setiap event yang diadakan di PSCC. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengunjung yang datang setiap tahunnya.

Berikut ini adalah tabel jumlah *Visitor Progress Palembang Sport and Convention Center*.

Tabel 1.1
Jumlah Visitor Progress Palembang Sport and Convention Center
tahun 2013-2017

No.	Tahun	Jumlah visitor
1	2013	150.000
2	2014	183.600
3	2015	370.600
4	2016	378.012
5	2017	385.572

Sumber : Marketing Communication PSCC 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat terjadi peningkatan pengunjung di setiap tahunnya pada tahun 2013 terdapat 150.000 ribu pengunjung dan terus meningkat sampai tahun 2017 yaitu sebanyak 385.572 pengunjung dengan

berbagai macam *event* yang diadakan agar dapat mendapatkan minat pengunjung tentulah ada fasilitas dari Palembang *Sport and Convention Center*.

Fasilitas yang dimiliki oleh PSCC adalah fasilitas standar internasional yang terdiri dari Center Stage, Ruang pertemuan kelas VVIP, Ruang pertemuan kelas VIP, Ruangan wasit, Ruang ganti kostum, Ruang penyimpanan peralatan, tribun VIP juga peralatan audio visual professional PSCC telah banyak menerima pujian dari pemerintah dan juga dinobatkan sebagai salah satu Gelanggang Olahraga Terbaik di Indonesia Semua itu dibuktikan dengan keseriusan manajemen PSCC dalam mengusung tema: **THE URBAN CITY HALL** sebagai slogan PSCC.

Dilihat dari penggunaannya tempat ini lebih banyak digunakan untuk kegiatan olahraga dan konser dibandingkan digunakan untuk kegiatan konvensi lainnya. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1.2
Jumlah *Client* Pemakaian Hall Palembang Sport and Convention Center
pada tahun 2014-2017

No.	Jenis Penyelenggaraan Event	Jumlah Client Per-tahun			
		2014	2015	2016	2017
1	Sports Event	4	8	3	4
2	Graduation	2	-	1	1
3	Wedding	-	1	2	2
4	Exhibition	1	5	3	4
5	Corporate	6	3	4	3
6	Social	2	5	2	2
7	Rental Space	1	-	2	-
8	Concert	1	2	4	3
9	Gathering	-	2	2	4
10	Government	4	2	4	4
11	Seminar	-	2	1	1
TOTAL		21	30	28	27

Sumber : PSCC 2018

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa penyelenggaraan event di Palembang *Sport and Convention Center* cukup beragam dan begitu juga *Client/pemakai Hall Palembang Sport and Convention Center* pada tahun 2014-2017. Mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya seperti yang terjadi pada tahun 2014 terdapat 21 kegiatan pemakaian hall pada tahun 2015 terjadi kenaikan yang cukup besar dari tahun sebelumnya yaitu terdapat 30 kegiatan dan pada tahun 2016 dan 2017 terjadi penurunan berturut-turut dengan jumlah kegiatan 28 dan 27 kegiatan.

Kemungkinan terjadinya penurunan ini dikarenakan kurang optimalnya strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak perusahaan. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dalam meningkatkan pemakaian *hall* dapat dilakukan beberapa hal dengan cara mengevaluasi kembali strategi pemasaran yang telah digunakan seperti *Segmentation, Targetting, and Positioning*. (STP) serta dengan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Penerapan strategi pemasaran menjadi kunci penting keberhasilan sebuah perusahaan dalam meraih pangsa pasar. Chandler (2009:39) menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh strategi. Strategi adalah upaya yang dimiliki individu dan unsur-unsur yang ada dalam organisasi untuk memiliki keterampilan dan memanfaatkan sumber daya sesuai dengan kondisi lingkungan kerja.

Melalui strategi pemasaran dengan menggunakan konsep STP (*segmentation, targeting, positioning*). Konsep ini digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan pasar. Palembang *Sport and Convention Center* mampu mengemban visi, misi dan tujuannya dalam rangka meningkatkan pemakaian hall. Pihak pimpinan manajemen bersama dengan karyawannya berupaya menerapkan strategi pemasaran sebagai strategi inti atau strategi kunci untuk meningkatkan pangsa pasar

Segmentasi pasar (*segmentation*) Rambat Lupiyoadi (2014) merupakan aktivitas memilah atau membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda

Segmentation merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan pemakaian *convention hall* sebagaimana kita ketahui tujuan dari segmentasi pasar ini adalah untuk melayani konsumen secara lebih baik dan memperbaiki posisi daya saing atau kompetitif perusahaan terhadap kompetitor.

Segmentasi pasar yang diterapkan menurut Manajer Operasional Palembang *Sport and Convention Center* yaitu membidik *Government* dan *Corporate*. Dapat dilihat telah banyak melakukan kontrak kerja sama dengan pemerintah dan para promotor *event*, namun tak sedikit juga para pengguna perseorangan yang menggunakan hall Palembang *Sport and Convention Center* ini.

Untuk meningkatkan pemasaran produk jasanya menurut penulis perusahaan perlu menerapkan strategi menggunakan metode SWOT ditinjau dari segmentasi pasarnya

Palembang *Sport and Convention Center* terletak di pusat kota, aksesibilitas menuju PSCC dapat di tempuh menggunakan kendaraan umum maupun pribadi, dapat menampung 5000 pengunjung dalam satu kegiatan khususnya untuk konser dan kegiatan olahraga, dan lebih menarik lagi PSCC telah menjadi *two super blok* karena berdampingan dengan salah satu mall favorit di kota Palembang yaitu Palembang Icon. Namun Palembang *Sport and Convention Center* kurang memiliki *space* (tempat) parkir yang memadai ditambah berdampingan dengan mall akan membuat slot parkir di PSCC cukup semerawut, dan kurangnya tenaga pengatur parkir terutama untuk sepeda motor setiap kali ada *event* olahraga terjadi penumpukan yang membuat macet ketika selesai acara.

Palembang *Sport and Convention Center* adalah satu-satunya *convention center* sekaligus bisa menjadi *sport hall* dan tribun *indoor*, serta telah mendapatkan citra dari masyarakat karena telah lama berdiri, serta telah bekerja sama dengan pemerintah dalam pengadaan berbagai *event* olahraga. Akan tetapi adanya pesaing baru di bidang *convention center* yang tengah berkembang di Kota Palembang yang dapat mengadakan kegiatan besar seperti konser, persaingan harga pemakaian gedung Palembang *Sport and Convention Center* dengan *competitor*, serta telah diperbanyaknya venue *indoor* di jakabaring *Sportcity* dalam mendukung kegiatan olahraga di Kota Palembang

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk membahas Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Pemakaian Convention Center (Studi Kasus Pada Palembang Sport and Convention Center)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Faktor-faktor Internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran jasa pemakaian *Convention Center* Palembang *Sport and Convention Center* ditinjau dari segmentasi pasar.
2. Faktor-faktor Eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dalam pemasaran jasa pemakaian *Convention Center* Palembang *Sport and Convention Center* ditinjau dari segmentasi pasar

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu tentang Strategi Pemasaran Jasa Pemakaian *Convention Center* pada Palembang *Sport and Convention Center* dengan fokus penelitian pada Segmentasi Pasar (*Segmentation*).

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian Skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki Palembang *Sport and Convention Center* yang ditinjau dari segmentasi pasar.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi Palembang *Sport and Convention Center* yang ditinjau dari segmentasi pasar.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian tersebut , maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan untuk menjadi pertimbangan bagi para manajemen perusahaan, khususnya mengenai strategi pemasaran Palembang *Sport and Convention Center* dalam meningkatkan pemakaian gedung melalui analisis SWOT.
2. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya perkembangan teori-teori manajemen pemasaran dan menjadi sumbangan pemikiran bagi penelitian lainnya yang ingin meneliti lebih jauh dan mendalam terhadap hal-hal yang belum terungkap dalam penelitian ini
3. Bagi Penulis, sebagai sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang didapat pada bidang Pemasaran dalam hal ini mengenai strategi pemasaran jasa yang ditinjau dari segmentasi pasar dalam meningkatkan pemakaian *convention center* dan memberikan pemecahan masalah atau solusi ke Palembang *Sport and Convention Center* mengenai pengoptimalan segmentasi pasarnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari lima bab dengan beberapa sub bab. Agar mendapat arah dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis, berikut ini sistematika penulisannya secara lengkap:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari beberapa sub pokok bab yang meliputi :

I.1 Latar Belakang Masalah

Berisi menguraikan tentang alasan, motivasi dan fenomena dari penulisan terhadap topik permasalahan yang bersangkutan.

I.2 Rumusan Masalah

Berisi masalah apa yang terjadi dan sekaligus merumuskan masalah dalam penelitian yang bersangkutan.

I.3 Batasan Masalah

Memberikan batasan masalah yang jelas pada bagian mana dari persoalan atau masalah yang dikaji dan bagian mana yang tidak.

I.4 Tujuan Penelitian

Menggambarkan hasil – hasil apa yang bisa dicapai dan diharapkan dari penelitian ini dengan memberikan jawaban terhadap masalah yang diteliti.

I.5 Manfaat Penelitian

Menjelaskan manfaat dari pelaksanaan kegiatan penelitian, mencakup manfaat praktis dan manfaat teoritis.

I.6 Sistematika Penulisan

Memberikan gambaran umum dari bab ke bab isi dari penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang:

- 2.1 Teori – teori yang menunjang penulisan / penelitian.
- 2.2 Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang:

- 3.1 Pendekatan Penelitian.
- 3.2 Lokasi Penelitian.
- 3.3 Jenis dan Sumber Data.
- 3.4 Teknik Analisis Data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang:

- 4.1 Keterkaitan antar faktor – faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan.
- 4.2 Menjelaskan masalah tersebut dengan metode yang diajukan.
- 4.3 Menganalisis proses dan hasil penyelesaian masalah.

Bab V Penutup

Bab ini terdiri dari:

5.1 Kesimpulan

Berisi jawaban dari masalah yang diajukan penulis yang diperoleh dari penelitian.

5.2 Saran

Bagian saran ditujukan kepada pihak – pihak terkait sehubungan dengan hasil penelitian.